



**MÁSTER OFICIAL EN DIRECCIÓN DE MARKETING  
(EMPRESAS TURÍSTICAS)**

**CURSO ACADÉMICO 2019-2020**

**TRABAJO FIN DE MÁSTER**

**DESARROLLO DE UN MODELO DE NEGOCIO DIGITAL:  
DEVELOPMENT OF A DIGITAL BUSINESS MODEL**

**AUTOR: YANELY ABREU MARTÍNEZ  
TUTOR: JESÚS COLLADO AGUDO**

<b>1. Resumen.....</b>	<b>3</b>
<b>2. Abstract.....</b>	<b>4</b>
<b>3. Introducción .....</b>	<b>5</b>
<b>4. Misión, Visión y Valores de la empresa.....</b>	<b>6</b>
<b>5. Análisis del Sector.....</b>	<b>7</b>
<b>6. Delimitación del mercado de referencia.....</b>	<b>11</b>
<b>7. Los Marketplace .....</b>	<b>12</b>
<b>8. Modelos de Negocios Similares en Otros Sectores .....</b>	<b>13</b>
<b>8.1. Hostelería: Booking, Trivago, TripAdvisor, Hoteles.com .....</b>	<b>13</b>
<b>8.2 Comercio: Amazon, EBay, AliExpress .....</b>	<b>14</b>
<b>8.3 Transporte: Uber, Cabify .....</b>	<b>15</b>
<b>9. Competencia directa.....</b>	<b>16</b>
<b>9.1 BOOKSY BIZ.....</b>	<b>16</b>
<b>9.2 TREATWELL .....</b>	<b>17</b>
<b>Objetivos estratégicos .....</b>	<b>19</b>
<b>10. Business Model Canvas .....</b>	<b>20</b>
<b>10.1 Propuesta de Valor.....</b>	<b>21</b>
<b>10.2 Segmento de clientes .....</b>	<b>24</b>
<b>10.3 Canales de distribución .....</b>	<b>27</b>
<b>10.4 Relación con los clientes .....</b>	<b>28</b>
<b>10.5 Vías de Ingresos.....</b>	<b>32</b>
<b>10.6 Recursos Clave .....</b>	<b>33</b>
<b>10.7 Asociados Clave.....</b>	<b>34</b>
<b>10.8 Actividades Clave.....</b>	<b>35</b>
<b>10.9 Estructura de Costo .....</b>	<b>35</b>
<b>11. Conclusión .....</b>	<b>36</b>
<b>12. Bibliografía.....</b>	<b>36</b>

## 1. Resumen

JADYR estética y belleza trae consigo una nueva modalidad de brindar los servicios de estética/belleza (Peluquería) a todos los tipos de clientes. Utilizando consigo una App Móvil para hacer de este servicio, una experiencia cómoda, fácil y rápida para cada uno de nuestros consumidores. En estos centros de belleza y estética online, el cliente tiene el control de todo, desde quien le brindará el servicio, dónde y cuándo lo quiere, el costo, la ubicación, información del centro de belleza y el tiempo aproximado que tardarán en brindarle el servicio.

Tendremos a la disposición de nuestro cliente final una amplia gama de centros de servicios para el cuidado y belleza del cuerpo, dichos servicios estarán disponibles tanto para mujeres como para hombres. Resaltando que este proyecto está diseñado para todos los públicos, desde niños, adolescentes, adultos y personas de la tercera edad.

Es fácil de utilizar y estará a la disposición de cualquier persona. JADYR estética y belleza será una App móvil (estará disponible en iOS y Android) donde el cliente puede con tan solo un botón y un minuto de su tiempo solicitar cualquier servicio de belleza, contando con una cita previa, notificaciones de promociones personalizadas, programa de fidelización para obtener descuentos, disponer de la información necesaria para la contratación, comodidad en el pago y en la prestación del servicio.

Contaremos con una evaluación de los centros de belleza, que sea apto para brindar un servicio de calidad, con profesionales expertos en este sector, que brinden el servicio por medio de la App. Esta idea de negocio consiste en simplificar al máximo el servicio al cliente, con un servicio totalmente personalizado. Por otra parte, aportar valor al sector de las peluquerías que no están en su mejor momento, resolviendo los problemas de las esperas y las pérdidas de tiempo, organizando las citas, mejorando su SEO, y atrayendo a más clientes.

## 2. Abstract

JADYR aesthetics and beauty brings with it a new modality of offering the aesthetic / beauty service (Hairdressing) to all types of clients. Using with myself a Mobile App to make this service a comfortable, easy and fast experience for each of our consumers. In these online beauty centers, the client is in control of everything, from who will provide the service, where they want it, when they want it, the cost, location, information on the beauty center and the approximate time it will take to provide the service.

We will have available to our end customer a wide range of service centers for the care and beauty of the body, these services will be available to both women and men. Highlighting that this project is designed for all audiences, from children, adolescents, adults and seniors.

It is easy to use and will be available to anyone. JADYR aesthetics and beauty will be a mobile App (it will be available on iOS and Android) where the client can request a beauty service with just a button and one minute of their time, with an appointment, notifications of personalized promotions, loyalty to obtain discounts, obtain the necessary information for hiring, convenience in payment and convenience in the provision of the service.

We will have an evaluation of the beauty centers, which is suitable to provide quality service, with expert professionals in this sector, who provide the service through the App. This business idea is to simplify customer service as much as personalized, with a totally personalized service. On the other hand, add value to the hairdressing sector that is not at its best, solving the problems of waiting and losing time, organizing appointments, improving their SEO, and attracting more clients.

### 3. Introducción

El desarrollo de este Plan de Negocio es para la salida al mercado de una Plataforma de Servicios Online. La empresa es JADYR Estética y Belleza, es un modelo de negocio donde encontraras todos los servicios de peluquería y estética en un mismo lugar. Es un proyecto diseñado para aportar valor a las peluquerías, centros de estética, belleza y salud.

La idea de este negocio surge por los siguientes motivos: lo primero, por el uso excesivo de internet y el auge de las Apps móviles. Segundo, por la tranquilidad, comodidad, facilidad y rapidez que se les ofrecerá a los clientes que solicitan estos servicios de belleza. Y por último queremos cumplir con las exigencias que tiene el cliente de informarse, antes de pedir un servicio. Facilitarle las promociones y descuentos que ofrece el mercado y de tenerlo todo en un solo lugar. Esta plataforma está diseñada para el uso y contratación del servicio desde el teléfono móvil, por medio de una App, donde podrás controlar cuándo lo quieres (día y hora), a qué centro quieres ir y quién te brindará el servicio.

Comenzaremos definiendo nuestro mercado, clasificaremos en dos grupos los clientes a quienes van dirigidos estos servicios; el cliente, que pide el servicio por medio de nuestra App Móvil (Cliente final) y el cliente que ofrece el servicio por medio de la App (Los centros de Belleza). Nuestra tecnología nos permite llegar a un segmento muy amplio de estos dos clientes, incluir a todos los centros de peluquerías, estética/belleza y barberías sin límites territorial y disponer de todo tipo de persona que quiera solicitar el servicio por medio de la App, sin límites en cuanto a edades o clase social.

Pasaremos a realizar un breve análisis del entorno y sus factores, buscando aquellos elementos internos y externos que puedan aportar un valor positivo o negativo a nuestra empresa. Este análisis nos aportará la suficiente información para saber cuál es nuestra posición y conocer cuáles son nuestras fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Este estudio nos permitirá establecer objetivos, diseñar estrategias, llevar a cabo planes de acción y lo más importante medir y controlar sus resultados.

Para lograr nuestros objetivos buscaremos la satisfacción continua de nuestros dos clientes:

Velar por el bienestar de los centros de belleza, atrayendo a más clientes y organizando sus citas de cada día.

Proporcionarle valor al cliente que busca satisfacción completa cuando decide contratar los servicios de peluquerías.

## 4. Misión, Visión y Valores de la Empresa

### **MISIÓN:**

Ser una plataforma online dedicada a brindar servicios de calidad requerido por nuestros clientes de manera rápida, fácil y cómoda. Trabajar día a día para la mejora constante de esta nueva modalidad de negocio y conseguir la aceptación y satisfacción de nuestros consumidores.

### **VISIÓN:**

Ser la empresa que esté en la mente de nuestros clientes como innovadora y la que mejor ha sabido satisfacer sus necesidades, queremos ser la empresa de referencia en cuanto a plataforma de servicios de peluquería online se refiere, así como expandirnos a nuevos territorios.

### **VALORES:**

**Calidad:** Lo primero es brindar calidad en la prestación de nuestro servicio.

**Eficiencia:** Tendremos la capacidad de brindar el servicio de la mejor manera que existe en el mercado.

**Eficacia:** Velaremos por la satisfacción de todos aquellos que formarán parte de una manera u otra de la App móvil.

**Adaptabilidad:** Nos adaptaremos a las necesidades, exigencias y deseo de ambos clientes.

**Transparencia:** Máxima claridad en el proceso de uso y contratación.

## 5. Análisis del Sector

España es el país con más peluquerías de toda Europa, contando con 50.000 locales de este tipo, lo que supone más del doble que la media europea (22.300 locales). Como si esto fuera poco según el INE, España cuenta con 130.465 empresas que ofrecen todo tipo de cuidados personales, donde se incluyen las peluquerías.

Sin embargo, desde hace unos años el sector de las peluquerías ha sufrido una caída considerable en el consumo de los servicios y a su vez la quiebra inminente de estos tipos de establecimientos, esto se debe a la falta de consumo por el impacto de la crisis y al incremento del IVA (del 8% al 21%) en el año 2012. Esto ha provocado el cierre de cientos de peluquerías y las pérdidas de cientos de puestos de trabajo.

Cantabria es la Comunidad Autónoma de más interés, ya que es donde JADYR estética y belleza quiere comenzar implementando este proyecto. Esta Comunidad Autónoma no ha sido la excepción del resto, y pasa por momentos difíciles en el sector de las peluquerías. Desde el 2013 al 2015 Cantabria registra el cierre de 250 centros de peluquerías, lo que ha su vez a provocado el despido de aproximadamente 600 empleados.

El desempleo en Cantabria ha incrementado para el cierre del 2019, con 4.900 personas más desempleadas al año anterior, la caída del desempleo fue de -3,4%. El desempleo incrementa el riesgo de no solicitar los servicios de cuidado y belleza, ya que son ingresos menos al hogar y el individuo se centra más en sus necesidades básicas.

Este gráfico que presentaremos a continuación, muestra que tanto el hombre como la mujer de Cantabria tienen aproximadamente la misma cantidad de parados, pero en los datos de ocupados los hombres lideran con mucha ventaja.

## Resultados por comunidad y ciudad autónoma

### 5. Ocupados y parados por sexo. Tasas de actividad y de paro

(Valores absolutos en miles y tasas en porcentaje)

	Ambos sexos				Hombres				Mujeres			
	Ocupados	Parados	Tasa actividad	Tasa paro	Ocupados	Parados	Tasa actividad	Tasa paro	Ocupadas	Paradas	Tasa actividad	Tasa paro
TOTAL	19.966,9	3.191,9	58,74	13,78	10.808,6	1.506,1	64,24	12,23	9.158,3	1.685,8	53,53	15,55
Andalucía	3.136,0	823,9	56,63	20,80	1.779,1	385,9	63,31	17,82	1.356,9	437,9	50,24	24,40
Aragón	591,2	65,2	59,31	9,93	323,2	30,8	65,17	8,70	268,1	34,4	53,66	11,38
Asturias, Principado de	392,0	59,3	50,77	13,14	202,3	29,5	54,98	12,71	189,7	29,8	46,98	13,59
Baleares, Illes	570,1	62,7	62,37	9,91	309,8	32,2	67,88	9,43	260,3	30,5	56,93	10,47
Canarias	940,3	217,4	60,65	18,78	509,2	107,8	65,65	17,47	431,1	109,6	55,80	20,27
Cantabria	244,7	30,8	55,73	11,18	130,0	15,0	60,66	10,32	114,7	15,8	51,12	12,13
Castilla y León	1.003,9	126,6	55,33	11,20	553,0	59,4	60,92	9,71	451,0	67,2	49,92	12,96
Castilla-La Mancha	824,2	163,6	58,54	16,56	482,7	67,8	65,16	12,31	341,5	95,8	51,91	21,92
Cataluña	3.478,1	405,8	61,57	10,45	1.832,1	202,9	66,48	9,97	1.646,0	202,9	56,95	10,97
Comunitat Valenciana	2.106,4	346,7	58,49	14,13	1.168,5	157,2	64,71	11,86	937,9	189,5	52,54	16,81
Extremadura	380,9	116,9	55,66	23,48	221,6	52,8	62,14	19,26	159,3	64,0	49,34	28,68
Galicia	1.096,0	145,8	53,13	11,74	577,1	66,2	57,58	10,30	518,9	79,5	49,06	13,29
Madrid, Comunidad de	3.174,5	352,3	63,40	9,99	1.624,4	168,6	68,05	9,40	1.550,1	183,8	59,21	10,60
Murcia, Región de	611,9	117,2	59,64	16,08	352,5	52,4	66,68	12,95	259,5	64,8	52,70	19,98
Navarra, Comunidad Foral de	287,7	28,5	58,64	9,01	154,3	13,6	63,29	8,12	133,4	14,9	54,13	10,02
País Vasco	933,3	93,3	55,80	9,09	482,6	45,4	59,78	8,59	450,7	48,0	52,13	9,62
Rioja, La	140,6	15,4	59,19	9,89	73,7	8,5	63,60	10,39	67,0	6,9	54,96	9,33
Ceuta	28,0	10,7	58,82	27,58	17,1	5,8	68,39	25,26	10,9	4,9	48,88	30,96
Melilla	26,9	9,8	58,08	26,81	15,5	4,2	63,60	21,31	11,3	5,6	52,77	33,20

\* Los datos inferiores a 5.000 están sujetos a fuertes variaciones, debidas al error de muestreo

### Gráfico 1

Fuente: INE

Uno de los factores que intervienen en estos datos es la caída de este sector, porque recordemos que las mujeres representan el porcentaje más alto de estos tipos de empleos.

Estos contratiempos no han impedido que por otra parte se genere un incremento de nuevas modalidades de peluquerías desde 2013 hasta la fecha. Un público que no para de crecer es el **Masculino**, que en los últimos años se ha posicionado con éxito y se ha convertido en referencia del sector.

En las numerosas conferencias que se llevan a cabo en el sector de la belleza siempre sacan a relucir un tema y es: ¿Qué hacer para enfrentar esta situación de descenso? ¿Qué alternativas implementar para reponerse a la situación actual del sector? ¿Qué puede funcionar en estos tiempos? ¿Qué buscan los clientes?

Siempre llegan a la misma conclusión, buscar y desarrollar nuevas vías digitales y ofrecer los servicios en plataformas online. Que tenga presencia en redes sociales, página web, mejorar su imagen en internet, estar en plataformas digitales de peluquerías, disponer de sistemas más avanzados como una App Móvil.

Son situaciones que respaldan la idea de JADYR estética y belleza, de caminar junto al mercado en su evolución tecnológica y aportar valor en un sector que va de capa caída. Disponer de una App Móvil donde todos los centros de estética y belleza, incluyendo las peluquerías y los clientes finales se beneficien en; gestión y administración del tiempo, disponer de información que requiere el cliente para contratar en cualquier centro de belleza, aumentar el flujo de clientes a estos establecimientos, fidelizar y premiar al cliente final, mejorar la imagen de los centros de belleza en una plataforma digital, darle publicidad, entre otros beneficios.



## Análisis Social

El comportamiento de la población es uno de los factores que determinan el crecimiento o caída de las empresas. Conocer su demografía (como el tamaño de la población a quienes nos dirigimos, como se comporta dicha población sexo, edad), sus hábitos y costumbres nos ayudará a tener una visión general de sus exigencias, necesidades y deseos.

Según datos la población española crece, pero por motivo de la inmigración, ya que la población española va en descenso. En este estudio la población que más nos interesa es la de Cantabria, específicamente Santander, que es donde se ofrecerán los servicios de esta App móvil.

Cantabria para el 2019 cerro junio con una población de 581.949 personas, eso supuso un incremento de 978 habitantes en el último año. Se posiciona como la 16ª comunidad autónoma en España en cuanto a población se refiere. La población femenina muestra un ligero incremento frente a la población masculina, siendo 298.350 mujeres (51,26%) y 283.599 hombres (48,73%).

Santander ha registrado una población de 172.539 habitantes en el 2019, liderada por las mujeres con 92.984 mujeres y 79.555 hombres. El 61,3% de la población lo integran las edades de 18-64 años, siendo el 24% de la población de más de 65 años, este último es un porcentaje significativo y velaremos por que formen parte de esta modalidad de negocio (Datos del INE).

En cuanto a la educación de la población cántabra podemos decir, que la población adulta (25-64 años) ha reflejado un descenso en la educación inferior a la secundaria de 2ª etapa y un incremento de porcentaje en los estudios superiores, de hecho, Cantabria es la segunda comunidad autónoma con más doctores colegiados (una subida de 3.5%). Junto a estos datos se une una subida de la educación infantil, primaria y secundaria.

El consumo de los servicios de peluquería ha bajado, no obstante, después de la reciente crisis sanitaria y económica que hemos vivido a causa del Covid-19 se ha producido una gran demanda de estos servicios. Se ve reflejado en las listas de espera de semanas que están acumulando las peluquerías por motivo del confinamiento.

## Análisis Tecnológico

Sabemos que el uso de las tecnologías está en auge, más que un lujo se ha vuelto una necesidad del día a día para cualquier persona. Eso mismo pasa con las empresas, sino están a la vanguardia con lo que utiliza el cliente, pues será una empresa que no permanecerá en el mercado.

El cliente vive en una búsqueda constante de comodidad, facilidad, alcance y rapidez que les ofrecen las tecnologías, por todos esos beneficios se hace un uso masivo de ellas en la actualidad. En el caso de JADYR podemos decir que el uso constante de internet y el auge de las redes sociales favorece la prestación del servicio. Son cada vez más las personas y empresas que recurren a las tecnologías para sacar el mayor rendimiento de sí mismos y de su entorno.

Las empresas constantemente buscan la digitalización, porque saben los beneficios que trae consigo esta modalidad. Actualmente el 60% de la población mundial se encuentra en internet, esto representa un total de 4.540 millones de personas, y cada año aumenta un 7%. Las plataformas digitales no tienen fronteras y representan un gran beneficio para las empresas y sus rendimientos económicos (Según: Jesús Fernández, We are Social).

Cantabria es una de las comunidades autónomas que más ha crecido en implementar el uso de las TIC. Hoy en día el ser humano quiere estar informado, quiere ser el primero en saber y participar de las novedades tecnológicas y quiere disfrutar de sus beneficios. Aproximadamente se dedica el 80% del tiempo en las Apps cuando usas el móvil, la media es de dos horas diarias. Las App móviles son el presente y el futuro, porque representa la manera más fácil y cómoda de entretenerse, de llevar a cabo cualquier actividad y adquirir todo tipo de producto y/o servicio. Las Apps más demandadas son las de compras, les siguen las de música, medios y entretenimiento (Según: Statista).

Lo primero que se valora de una App es que cubra una necesidad, lo segundo que no sea intrusiva con publicidad y tercero que no consuma muchos datos. Los internautas dedican la mayoría del tiempo en redes sociales, siendo Facebook la más utilizada. Las Apps están dentro de las nuevas tendencias tecnológicas, y que una empresa cuente con esta tecnología, ya tiene una ventaja, un valor agregado, como es el caso de JADYR estética y belleza.

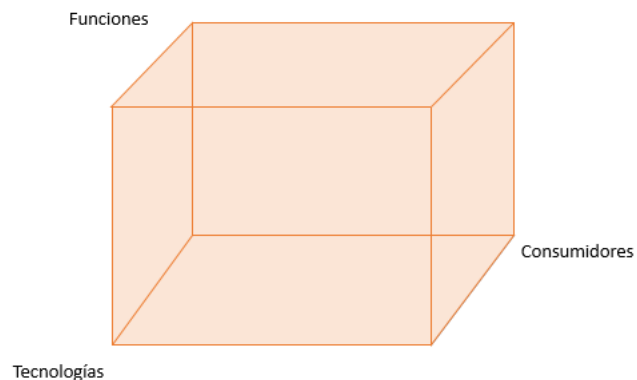
---

## 6. Delimitación del Mercado de Referencia

Peluquería JADYR va dirigido a todos los públicos que prefieran dejar su cuidado personal y belleza a un profesional, lo que nos lleva a un segmento de mercado muy amplio. Nuestra facilidad al llevar el servicio nos confirma que cualquier individuo/cliente puede hacer uso de él. Al no tener una peluquería física no competimos directamente con peluquerías que están en un rango territorial determinado, ya que para ellas jugaremos el papel de intermediarios.

Este es el mercado:

Gráfico: 2

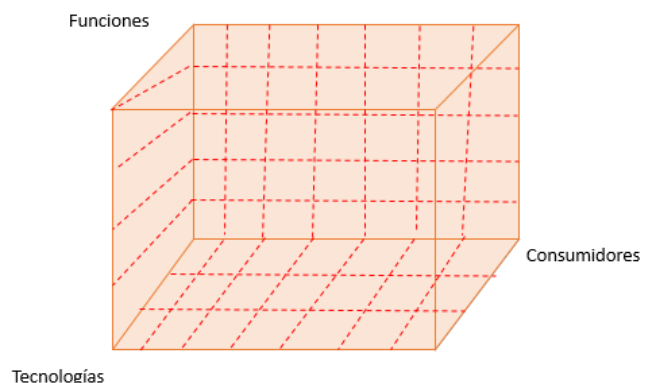


JADYR dispone de las tecnologías necesarias para satisfacer las necesidades de todos los consumidores que asisten a una peluquería y que buscan un beneficio en ella.

Además de encontrar en nuestra peluquería online un servicio completo para el cuidado y belleza de todo el cuerpo, tanto para mujeres y hombres.

Ofreciendo así, una cobertura completa del mercado, con todos los servicios de peluquería en un mismo lugar (la APP/Pág. web) y para todos los públicos que nos soliciten (desde niños/as, adolescentes, adultos, personas con discapacidad, personas de la tercera edad, etc.).

Gráfico: 3



*“Elaborado a partir de Abell (1980)”*

## 7. Los Marketplace

JADYR entra a ser parte de un Marketplace, y esto no es más que una plataforma online donde el vendedor y comprador interactúan a la hora de la compra y venta de un producto y/o servicio. Estos “Centros Comerciales” están diseñados para asegurar un buen funcionamiento en el desarrollo de una transacción entre el vendedor/intermediario y el comprador.

Estas plataformas online cada vez adquieren más usuarios, ya que apuestan a ellas para realizar sus compras de una manera fácil, rápida y cómoda. Permite al usuario tener diferentes gamas de productos o servicios en un mismo lugar, por lo que no sorprende que se posicionen en primer lugar en cuanto a plataforma de ventas online se refiere.

Existen Marketplace generalista, donde se pueden encontrar diferentes productos y servicios. Por otro lado, están los Marketplace especialista o de nicho, estos ofrecen un producto o servicio en su plataforma digital. JADYR estética y belleza formará parte de este último, ya que será una plataforma online que comercializará y distribuirá servicios de belleza, estando al frente en cuanto a la interacción, asistencia y ayuda a los clientes.

Contar con un buen Marketplace tiene una serie de ventajas como es: La visibilidad en los motores de búsqueda, la audiencia y reputación que vaya adquiriendo que estará a la vista de muchos usuarios, llegar a más clientes y que conozcan tu productos o servicios, controlar los gastos, buena gestión de los productos y servicios y lo más importante, no hay límite territorial por lo que abrirse paso internacionalmente puede resultar fácil y bueno para la plataforma y las empresas que trabajen junto a ella.

Las ventajas que encuentran los usuarios en los Marketplace son las siguientes: transparencia en el proceso de compra, todo lo que necesitan en un mismo lugar, precios competitivos, agilidad en la obtención del producto o servicio, son plataformas que están disponibles las 24 horas del día, entre otras.

En el caso de JADYR, lo que buscamos es ser una plataforma que digitalice el sector de las peluquerías. Es un sector con pocas opciones online y con este proyecto queremos brindar un valor añadido, para que los centros de estética y belleza como algunos otros puedan disfrutar de las ventajas que ofrecen estos tipos de plataforma y/o sitios web.

## 8. Modelos de Negocios Similares en Otros Sectores

Conocer modelos de negocios como los que se presentarán a continuación es de gran importancia para entender la temática y el propósito de JADYR estética y belleza para el sector de las Peluquerías. JADYR busca unir en una App móvil los mayores beneficios de cada uno de estos proyectos exitosos del mercado, para así, crear la mejor App Móvil en cuanto al mundo de la belleza se refiere.

### 8.1. Hostelería: Booking, Trivago, TripAdvisor, Hoteles.com

#### Ej. Booking

Booking es una Plataforma online donde conecta a los clientes con los proveedores de alojamientos, se caracteriza por ser una App muy fácil, cómoda e intuitiva. Booking juega el papel de intermediario entre los proveedores y el cliente final, una vez reserves el alojamiento, Booking procede en facilitarle los datos al proveedor y a su vez enviando al cliente final un mensaje de confirmación y de seguimiento de su reserva.

Los proveedores de alojamientos que también son clientes de Booking disponen de acceso a la extranet de Booking, donde son responsable de actualizar sus ofertas, hacer cualquier cambio de precio, agregar fotos, descripción, disponibilidad, sus políticas y condiciones, etc. Booking establece en sus políticas y condiciones que no garantiza la veracidad de cada oferta publicada, de información engañosas o falsa que pueda proporcionar el proveedor, tampoco de algunas caídas por reparaciones o actualizaciones de su plataforma digital.

Booking dispone de su sistema de fidelización para el cliente final. La tarifa Genius la puede tener cualquiera que disponga de la App móvil, solo debe completar dos estancias en dos años para ser miembro. La membresía Genius es individual y no es transferible, obteniendo con ella descuento e incentivos.

Booking cobra una comisión a los proveedores de alojamientos por llevarles clientes, esa comisión es de 17% por cada reserva realizada en la plataforma de Booking. No obstante, Booking dispone de un algoritmo donde puede darle mayor visibilidad a un proveedor por un tiempo determinado y eso le puede costar a este hasta el 30% de las reservas hechas en ese intervalo de tiempo, cualquier proveedor se puede acoger a este método si así lo desea en algún momento determinado. Este método le permite al proveedor tener mayor visibilidad en varios países y/o en un país en concreto y hacerse visible en fechas específicas.

Disponen de un sistema Preferente, es otro método que utiliza Booking para mayor visibilidad de los proveedores, siempre y cuando, dispongan de una puntuación

mínima, buenos comentarios y valoraciones. Esto les permitirá tener un pulgar arriba en la página de Booking, lo que representa un buen alojamiento.

## 8.2 Comercio: Amazon, EBay, AliExpress

### Ej. Amazon

Amazon es una plataforma de comercio electrónico (Página web y App móvil) donde se compran y venden todo tipo de productos. El sitio web de Amazon está diseñado para personalizarlo a cada cliente, recomendándole al cliente funcionalidades, anuncios, productos, identificar las preferencias del cliente para poner a su disposición los productos y servicios de lugar.

Amazon pone a disposición del cliente productos de ellos, productos bajo su marca, pero también productos de terceros, ya que cualquiera puede crear una cuenta en Amazon y vender cualquier artículo, desde particular, minoristas, mediana y pequeñas empresas. Amazon exige registrarse con los datos correspondiente, tanto para los vendedores como para compradores. Como se ha de esperar Amazon no se responsabiliza de los productos que pueden ser engañoso, ni de los pedidos realizados desde la cuenta del cliente, por lo que exhorta la confidencialidad de contraseña y datos de pago de cada cliente.

La empresa dispone de una base de información suministrada por los clientes, desde comentarios, valoraciones, envío de ideas, sugerencias y preguntas que serán bien recibidas y publicadas siempre y cuando no sean ofensiva, obsceno, no violen la privacidad de terceros, propaganda política, información que contengan virus informáticos, etc. Como vendedor y comprador, si envías alguna pregunta, comentarios, sugerencias, videos, fotos, les tiene que otorgar a Amazon una autorización gratuita para ellos poder producirla, publicarla, traducirla en varios idiomas y usar tu nombre de usuario para relacionarlo con lo publicado. Las informaciones engañosas de los productos suministrada por los vendedores pueden dar lugar a responsabilidades civiles y penales.

Amazon tiene un programa de afiliado, la cual permite que todo aquel que publique el enlace de Amazon gane una comisión sobre las ventas por clic. La compañía también funciona como intermediario entre el vendedor y el comprador, llegando a cobrar entre el 10% y el 15% de cada transacción hecha por su plataforma.

### 8.3 Transporte: Uber, Cabify

#### Ej. Uber

Uber es una plataforma online de transporte (App web, App móvil) donde el cliente final solicita un viaje, que a su vez es notificado al conductor más cercano que le indica la ruta pedida por el cliente. Tanto la página web como la App móvil están diseñada para hacer todos los procesos automáticamente, de una manera fácil y rápida. Desde calcular el recorrido, buscando la ruta más cómoda, calculando el tiempo del recorrido, disposición de la información básica del conductor y su fácil método de pago.

Los servicios de Uber son únicamente personales, con excepción de acuerdos que pueden llevar a cabo con empresas para ser su medio de transporte y paquetería. La App exige registrarse tanto el cliente final como el conductor, para realizar cualquier operación, dispone de la opción de valorar al conductor por medio de estrellas, dejar algún comentario y realizar alguna propina si desea. El manejo de dinero en efectivo es nulo, ya que el pago se hace por medio de la misma App y si desea dejar propina también se le descuenta del método de pago utilizado.

Uber dispone de diferentes formas para viajar, está diseñado para diferentes públicos como es, UberX; un automóvil cotidiano para hasta 4 conductores, UberXL; un automóvil para hasta 6 conductores, UberBLACK; un sedán de alta gama para hasta 4 conductores, UberTaxi; un taxi asociado para hasta 4 pasajeros, UberSUV; un suv para hasta 6 pilotos, UberLUX; un automóvil de alta gama para hasta 4 conductores, UberPOOL; compartir el viaje con otros pasajeros, Asistencia; es una opción de UberX dirigida a proporcionar asistencia a personas mayores y con discapacidad. Para ser un conductor de la compañía tiene que tener más de 21 años, disponer de un coche con seguro o alquilar uno de los coches compartido con otros conductores que dispone Uber, tener al menos un año de carnet de conducir, luego Uber pasa a revisar la experiencia de manejo y los antecedentes penales.

La compañía de transporte ofrece la opción de guardar en la App la ubicación del trabajo, de casa, del hotel donde se hospeda con frecuencia y la posibilidad de agregar a otra persona, amigos y/o familiares y por medio de su cuenta poder pagar el viaje de esa otra persona.

Uber cobra una comisión por los servicios de la App, esta comisión es del 25% de cada viaje, es una comisión fija. Esta comisión Uber la cobra inmediatamente se le realice el cobro al cliente final.

## 9. Competencia directa

### 9.1 BOOKSY BIZ

En el mercado español se está insertando una competencia que trae consigo buenas propuestas. Es **BOOKSY**, fue fundada en febrero de 2015 y disponen de 8 oficinas en los 5 continentes. Tienen 28.488 Empleados en 17 países, cuenta con inversionistas europeos y estadounidenses que le han permitido expandir el proyecto a nivel global.

Para el cliente final solo les ayuda a gestionar la cita con el centro de belleza de su elección y las funciones para las peluquerías/barberías, centros de belleza y salud son los siguientes:

Ayudan adquirir más clientes.

Generar más dinero en cada cita.

Aumentan las visitas.

Fomentar la presencia y reputación online.

Llegar a las personas adecuadas.

Booksy biz tiene tres planes de pago para los centros de belleza:



	ECO 29 € / mes	ESTANDAR 39 € / mes	PREMIUM 99 € / mes
Reservas online 24/7 para sus clientes <small>mas &gt;&gt;</small>	✓	✓	✓
Herramientas de gestión <small>mas &gt;&gt;</small>	✓	✓	✓
Integración Redes Sociales Facebook, Instagram e Google	✓	✓	✓
Atención al cliente Soporte, email, chat no app	✓	✓	✓
Cuentas de usuario incluidas	1	1	ilimitado
Precio por cada cuenta de usuario adicional para empleados	8 € / mes	8 € / mes	-

Gráfico: 4

A diferencia de la competencia, JADYR propone cobrar un porcentaje de cada servicio gestionado por la App, esto les proporciona confianza a los centros de



belleza, al pagar solo por los clientes ganados, gestionado y/o bien fidelizado. No se arriesgarán a pagar una mensualidad sin saber si le valdrá la pena.

## 9.2 TREATWELL

Treatwell es una plataforma digital que ofrece su servicio de intermediario para los salones de belleza y las barberías, salió al mercado en el año 2008. Tienen su sede en Londres, pero ofrecen sus servicios en toda Europa, cuentan con 500 empleados y 20.000 centros de belleza que colaboran junto a ellos.

Todo su modelo de negocio se basa en plataformas digitales, disponen de dos tipos de App Móvil, una para el cliente final y la otra para los centros de belleza.

Connet es la App para los centros de belleza.

Ofrece lo siguiente: campañas de marketing masiva para personalizar y fidelizar al cliente final. Ayuda a los centros de belleza a obtener buena reputación. Atraer clientes, con un constante flujo y gestión del mismo. Apuesta a por un salón siempre abierto, ya que la App está disponible las 24 horas del día para llevar a cabo cualquier reserva. Apuestan por las relaciones a largo plazo, fidelizando al cliente con SMS y Email prediseñados. La App se actualiza constantemente, lo que permite que los centros de belleza tengan conocimiento de las reservas en tiempo real.

The logo for Treatwell, featuring the word "treatwell" in a lowercase, bold, sans-serif font. The text is white and is centered within a dark rectangular box that has a subtle drop shadow effect.

Treatwell es la App para el cliente final.

Se basa en ofrecerle al cliente final facilidad en la reserva de todo tipo de servicios de belleza. Disponen de una amplia lista de centros de peluquerías para la elección del cliente. Una serie de opiniones y valoraciones para facilitar la elección. Confirmación de la cita al instante. Descuentos en horas especiales. Registro de todas las reservas en el móvil.

La compañía cobra un importe cada mes por los servicios prestado, tiene una versión gratis de prueba. Entre su comisión esta desde 18€ al mes, todo depende de los servicios que le quieran agregar a los centros de belleza. Puede subir a 25€, 45€ y más según las necesidades de cada salón.



*Imagen: 1*

## Objetivos estratégicos

JADYR como cualquier otro proyecto tiene sus propios objetivos a cumplir. Para establecer los objetivos estratégicos vamos a tomar como referencia el estudio del sector de las peluquerías y de nuestra propia idea de negocio. A partir del análisis externo llevaremos a cabo unas series de medidas que estén fijadas por plazos.

Corto plazo:

- Dar a conocer la marca entre nuestro público objetivo.
- Inversión en marketing y publicidad online.
- Incrementar cuota de mercado.
- Conseguir aceptación con esta nueva modalidad de servicio.
- Satisfacer y fidelizar a los clientes.
- Ofrecer un servicio personalizado.
- Optimizar gastos.
- Hacer memorable la experiencia.
- Cubrir una necesidad aportando valor agregado.
- Contar con profesionales en la materia.

Mediano plazo

- Aumentar ventas.
- Aumentar los clientes leales.
- Incrementar beneficios para la empresa.
- Hacer de este proyecto un modelo de negocio rentable.

Largo plazo

- Introducir la empresa a nuevos mercados nacionales e internacionales.
- Ser líder en la industria, en cuanto a intermediarios de peluquerías online se refiere.

## 10. Business Model Canvas

Business Model Canvas		Nombre del Proyecto: JADYR Estética y Belleza	Creado por: YANELY ABREU	En: 08/06/2020
<b>7- Asociados Clave</b>  ¿Quiénes serán los asociados clave en tu modelo de negocios?	<b>8- Actividades Clave</b>  ¿Qué actividades son claves para que tu modelo de negocios funcione?	<b>1- Propuesta de Valor</b>  ¿Qué ofrecerás a tu segmento de clientes? ¿De qué forma resolverás sus problemas?	<b>4- Relación con los Clientes</b>  ¿Qué tipo de relación mantendrás con tu segmento de clientes?	<b>2- Segmento de Clientes</b>  ¿A quién pretende servir tu modelo de negocios?
	<b>6- Recursos Clave</b>  ¿Requieres de uno o más recursos clave para tu modelo de negocios?		<b>3- Canales</b>  ¿Cómo te conocerá y evaluará, y cómo decidirá, comprará y recibirá soporte post-venta tu segmento de clientes?	
<b>9- Estructura de Costos</b>  ¿Cuál es tu estructura de costos? ¿Cuáles son los egresos más importantes de tu modelo de negocios?	<b>5- Vías de Ingreso</b>  ¿Cuál será la forma en que tu modelo pretende financiarse y obtener ingresos?			

“Elaborado a partir de Osterwalder (2010)”

El Business Model Canvas como es mejor conocido, es una herramienta que nos ayudará a dar forma a la idea de negocios. Está compuesto por nueve puntos que nos permitirá desarrollar el proyecto de una manera, fácil, cómoda y simplificada.

Este modelo de negocio permite que el lector entienda de manera rápida en que consiste el proyecto, cuáles son sus bases, a donde quiere llegar, a quien quiere llegar, que vamos a ofrecer, entre otras cosas.

Comenzaremos definiendo nuestra idea, como es la propuesta de valor que ofreceremos al cliente. Por último, desarrollaremos una estructura de costos para aterrizar la idea y poner en contextos económicos todos los procesos del proyecto.

En este Business Model Canvas vamos a conocer a profundidad las innovaciones y nuevas modalidades que trae JADYR Estética y Belleza. Muchas de las informaciones expuesta en este trabajo ya están evaluadas por potenciales clientes y otras informaciones son solo hipótesis de lo que puede beneficiar al mercado. Como todo plan de negocio, muchas de las ideas plasmadas se ejecutarán y otras se adaptarán a las exigencias y gusto del mercado.

## 10.1 Propuesta de Valor

La propuesta de valor de JADYR es “La Peluquería en tus Manos”.

El modelo de negocio que lanzaremos al mercado será una plataforma digital donde encontrarán una serie de servicios de cuidados personales en un mismo sitio web. En este caso, JADYR ofrecerá su servicio por medio de una App Móvil y a través de su propia Página Web.

JADYR juega el papel de INTERMEDIARIO, entre el cliente final (cliente que solicita los servicios de estética y belleza) y los establecimientos que ofrecen dichos servicios (peluquerías, barberías, centros de masajes, centros de maquillajes, etc.). JADYR al proporcionar sus servicios busca satisfacer las necesidades de ambas partes, generando valor añadido tanto para el cliente final como para los centros de belleza y establecer relaciones a corto, mediano y largo plazo.

Aparte de todo esto, buscamos seguir una estrategia diferenciadora en cuanto a la calidad de nuestro servicio. Los beneficios que vamos a ofrecer tanto para el cliente final como para los centros de belleza son muchos más completo, superando a la competencia en ventajas para ambos clientes. Estos beneficios son los siguientes:

### **Los beneficios para el cliente final serán:**

- Llevar a cabo una reserva cómoda y fácil.
- Tener la confirmación instantánea de la reserva.
- Disponer de un programa de puntos y fidelización.
- Disponer de la información necesaria para realizar la contratación de los centros de belleza, como fotos y videos del establecimiento y de su trabajo.
- Notificarles las promociones.
- Disponer de la ubicación de los centros de belleza.
- Contar con una App fácil e intuitiva.
- Comodidad en el pago.
- Opción de dejar sus valoraciones y comentarios para otros clientes.
- Disponer de un chat para hablar con el peluquero/a.

- Disponer de las fotos de los empleados para saber quien le prestara el servicio.
- La App dispondrá del tiempo aproximado de cada servicio.

**Para los centros de belleza buscamos:**

- Mejorar sus sistemas de citas y reservas.
- Atraer/Aumentar los clientes.
- Posicionarlos en el mercado.
- Mejorar su SEO.
- Fidelizar a los clientes por ellos.
- Incentivar al cliente final a contratar más de un servicio.
- Disponer del pago del servicio antes de prestarlo.
- Hacerles publicidad.
- Pagar solo por los clientes que le proporciona la App.
- Disponer de valoraciones y comentarios de los clientes que hablen por ellos.

Con este modelo de negocio buscamos eliminar un problema constante de este sector, que es la gestión del tiempo. Los centros de belleza tendrán una mejor gestión de sus citas y/o reservas lo que les ayudará a sacar el mayor rendimiento a su día. Por parte del cliente final, es una ventaja saber que todo su día no se desperdiciará en la peluquería sino más bien, sabrá a qué hora entra y el tiempo aproximado del servicio escogido.

Después de poner en contexto lo que vamos a ofrecer al mercado, establecemos estrategias. En las estrategias de marketing es donde vamos a plasmar las acciones que vamos a llevar a cabo para lograr los objetivos establecidos.

**1er.** Llevar a cabo este negocio con éxito nos permite ofrecer un valor agregado a los centros de belleza, que a su vez se traduce en más beneficios económicos para ellos y lo más importante, generar puestos de trabajo que garanticen un salario favorable para cada salón, lo que es una alegría ante estos tiempos de crisis y ante un declive del sector. Esta nueva modalidad de negocio hace que el sector de las peluquerías no tenga esas caídas sustanciales, sino que vayan recuperándose paso a paso.

**2do.** Así mismo, velamos porque el cliente ya que va a pagar el servicio sea de la manera más fácil para él, poniendo todos nuestros esfuerzos en garantizarle un servicio personalizado, haciéndolo sentir único.

**3ero.** Poner en marcha acciones para dejarle saber al mercado que los servicios de peluquería son diseñados y dirigidos para cualquier individuo. La contratación de este servicio no es por tener una clase social o un estilo de vida, más bien que el cuidado de nuestro aspecto es un deber y derecho de todos.

**4to.** Desarrollar una publicidad potente en redes sociales, periódicos digitales y radio que nos permitan llegar a todos nuestros potenciales clientes.

Los servicios son un conjunto de acciones que se suministran y proporcionan beneficio por medio de su experiencia y consumo. Al proporcionar el servicio buscamos satisfacer las necesidades del consumidor, generar valor tanto para el cliente como para la empresa y establecer relaciones a lo largo del tiempo.

Los servicios se comportan de forma intangible, heterogénea, inseparabilidad y carácter perecedero.

**Intangible.** Al no poder tocarlo ni percibirlo antes de su uso, resulta difícil de comunicarlo, fijar precio y transmitir confianza. Aun siendo intermediarios estos factores pueden perjudicar la distribución del servicio. El cliente no sabe si le gustará o no, si será de calidad por esta razón es más difícil su contratación.

Proponemos: como ya hemos dicho antes, incentivar al cliente para que evalúe el servicio, dejando comentario y testimonio de la experiencia por medio de nuestras redes sociales, página web y app móvil para otros futuros clientes, esta acción ayudará a romper el hielo y transmitir seguridad. Ofrecer algunos tipos de descuento que le impulsen a probar el servicio. Llevar a cabo una comunicación y publicidad que genere seguridad, compromiso, calidad, personalización, etc.

**Inseparabilidad.** A la hora de proporcionar el servicio hay un contacto e interacción del cliente y empresa. La actitud del profesional puede afectar negativa o positivamente, pasa lo mismo con la actitud del cliente, y al igual que otras personas que pueden participar en la experiencia del servicio, como el servicio de la misma App.

Proponemos: exigir la mayor amabilidad y educación del profesional, así como paciencia y comprensión ante malas actitudes del cliente. Por parte de la App, disponer de un buen servicio al cliente antes, durante y después de la prestación del servicio. Cuidar y tener bien presentado el establecimiento es de gran importancia, que transmita limpieza y profesionalidad. Disponer de un sistema de reserva que el cliente pueda contratar hasta con 2 horas de antelación, sabiendo que la gestión de espera se reduce al mínimo.

**Heterogeneidad.** Cada servicio se puede tornar diferente, aunque se ofrezca lo mismo. Esto se debe al entorno, circunstancia de los clientes y del mismo personal.

Proponemos: Exigir a los centros de belleza estándares de calidad y protocolo a la hora de ofrecer el servicio. Evaluar dichos estándares con encuestas de satisfacción.

**Carácter perecedero.** Los servicios no se pueden almacenar como los productos, por tanto, hay que gestionar la baja y alta de demanda y oferta.

Proponemos: Velar porque la App disponga de algún centro de belleza que pueda dar el servicio en los momentos más complicados del día, como muy temprano en la mañana o tarde de la noche. Dar el servicio tanto sábado como domingo.

## 10.2 Segmento de clientes

Definir quiénes son nuestros clientes potenciales es de gran importancia, conocer a quienes va dirigido nuestras estrategias, objetivos y esfuerzos de marketing. La segmentación nos ayuda asignar mejor los recursos, tener una mayor productividad, identificar oportunidades de mercado y definir adecuadamente las ofertas comerciales de la empresa.

Clasificación de nuestros clientes:

### 1- Clientes que consumen los servicios de belleza (cliente final).

Edad: los servicios de estética y belleza (específicamente las peluquerías) están dirigidos a todas las edades, desde niños (2-12 años), adolescentes (13-17 años), adultos (18-65 años) y personas de la tercera edad (mayor de 65 años).

Sin embargo, este modelo de negocio se centrará en un rango de edad de 16-60 años. Personas de estas edades que utilizan las tecnologías y sacan el mayor provecho de ellas.

Sexo: Mujeres y hombres.

Uso de la tecnología: Dirigido para cualquier persona que en casa dispongan de un Smartphone y de internet.

Nivel económico: Clase media/media alta.

### 2- Centros físicos

Peluquerías/Barberías

Centro de Estética

Centros de depilación (Cera, laser)

Centro de masajes.



Estos profesionales deben tener ciertas cualidades que garantice el buen funcionamiento del servicio, como es: Un establecimiento físico adecuado para proporcionar el servicio, estar a la vanguardia con las tendencias y tener creatividad, ya que esto ayudará a fidelizar y atraer nuevos clientes. Renovar constantemente, al igual que cualquier negocio las peluquerías y sus profesionales tienen que ir adaptándose a los tiempos y las nuevas tendencias, eso garantiza que el mercado no te saque de él.

El sector de la belleza implica tener un contacto directo con los clientes, esto nos ayuda a saber de primera fuente que necesitan y que les hace feliz a la hora de disfrutar del servicio, ya que cada cliente es único y nuestro objetivo es la máxima personalización a la hora de contratar el servicio. Los clientes al solicitar los servicios de peluquería buscan antes que nada comodidad y el profesional debe estar a la altura para proporcionársela.

Para segmentar el mercado, vamos a seguir los siguientes criterios:

### **Criterios objetivos y generales**

Demográficos: sexo (mujeres y hombres, sin distinción de género), edad (de cualquier edad, desde un niño/a hasta una persona de la tercera edad), raza (cualquiera), nacionalidad (cualquiera).

Geográficos: región o zona (para todos los residentes de Santander capital).

Socioeconómicos: con cualquier nivel de ingreso (bajo, medio, alto), ocupación (preferiblemente ocupados), estudios (cualquiera).

### **Criterios objetivos y específicos**

Grado del uso del producto: daremos soporte a los clientes que usen el servicio, ya sea semanal, quincenal, mensual y/o en ocasiones específicas.

Situación del uso del producto: para todos aquellos que utilicen el servicio en situación normal, para un evento y para una ocasión determinada.

Lugar de compra: solo será para aquellos clientes que lo adquieran por la Página web o por la App móvil.

### **Criterios subjetivos y generales**

Estilo de vida y personalidad: el sector de las peluquerías tiene un segmento muy marcado en cuanto a la personalidad y estilo de vida del cliente. JADYR estética y belleza quiere cambiar eso, quiere llegar a un nicho de mercado que no se preocupa por su belleza, ya sea porque no les gusta arriesgar o porque creen que las peluquerías son caras, ese es el público que queremos cautivar.

### **Criterios subjetivos y específicos**

El cliente asiste a las peluquerías al igual que cualquier otro negocio buscando un beneficio. Si es un beneficio en precio, JADYR se lo ofrece. Si es un beneficio en

comodidad, JADYR se lo ofrece. Incluso para aquellos clientes que antes de cualquier compra buscan todo tipo de información, ahí estará JADYR para proporcionársela.

Hay muchos tipos de clientes en cuanto a peluquería nos referimos, están:

Los clientes que están en contra de los cambios, la gran parte de ellos asisten a las peluquerías por necesidad, por lo que normalmente solicitan los servicios básicos, sin arriesgar en su cuerpo ni en sus bolsillos, estos normalmente buscan un servicio low cost.

Luego están los clientes que son devotos a las tendencias, les gusta siempre lo nuevo, lo contrario que al cliente anterior. Conocen las novedades del sector peluquero y se animan a experimentar, es un reto trabajar con dichos clientes, ya que pueden ser exigentes e intimidantes. Estos clientes buscan aquellos centros de belleza competitivos, que sepan satisfacer sus gustos y necesidades sin importar el precio.

Por otra parte, están, las que se cuidan su imagen, la peluquería es más bien un estilo de vida y/o de clase. Este cliente suele saber lo que quiere y lo que le va mejor a su pelo, piel, uñas, etc. Estos clientes se comportan como el anterior en cuanto a sus exigencias y el pago que asumen para cubrirla.

Nuestros clientes serán los de la ciudad de Santander, dirigiéndonos a este segmento de cliente ya mencionado, pero también poniendo el foco en otros nichos que son atractivos para nosotros, como: los adolescentes consumidores de tecnologías, mujeres alfa (ocupada y con un tiempo valioso), la población masculina que se interesa en estos servicios, entre otros.

Como ya hemos mencionado, motivar y captar a ese segmento de mercado que no está implicado con estos servicios. Más allá de eso, para JADYR peluquería es prioritario transmitir confianza para aquellos públicos que son sensibles a lo nuevo, a las tecnologías modernas.

### **Posicionamiento**

No tenemos un posicionamiento en el mercado porque no hemos salido a él. Sin embargo, queremos posicionarnos como una nueva empresa que ha traído al sector de las peluquerías, innovación, valor agregado, personalización, buena capacidad de respuesta y calidad en el servicio.

Para ello, vamos a llevar a cabo todos los objetivos y estrategias establecidas para que el cliente este contento y pueda promocionar nuestra marca. También trabajar en el SEO de la empresa, queremos ser líder en las peluquerías online.

### 10.3 Canales de distribución

Los canales de distribución son las distintas vías que escoge una empresa para llevar sus productos y/o servicios al cliente final. Al igual que los demás puntos tratados de esta idea, los canales de distribución juegan un papel importante en la futura reputación, posicionamiento y hasta precio de la prestación de nuestros servicios.

La estrategia de distribución que utilizará JADYR va muy acorde con su esencia y la propuesta que quiere llevar al mercado, este proyecto presenta un único canal que se adapta a la digitalización y las nuevas tecnologías, acercando un poco más a los proveedores de servicios y los clientes finales.

Los cambios en el estilo de vida de los consumidores han hecho que los canales de distribución cambien considerablemente. Desde los cambios constante que muestra la población, la vida activa personal y laboral de la mujer y crecimiento de nuevos consumidores.

Otro factor que intervienen en los canales de distribución es las exigencias de información que tiene el cliente de hoy día. Queremos saber absolutamente todo del producto o servicio que compramos, lo que da lugar a un avance constante de las tecnologías para satisfacer esa necesidad. Esto surge porque el cliente de hoy día quiere aprovechar la mejor calidad, precio, ahorro de tiempo.

El canal de distribución que ofrecerá Jadyr tiene la ventaja de:

- No tener limite territorial para ofrecer sus servicios tanto a los centros de belleza como al cliente final.
- Aporta valor añadido a ambos clientes.
- Demanda y entrega de información tanto para el cliente final como para los centros de belleza.

Como jugamos el papel de intermediarios la modalidad de distribución que vamos a utilizar son **canales propios**, pero contaremos con dos o más proveedores para llevar el servicio final. Estos proveedores son cada uno de los centros de belleza.

JADYR ofrecerá sus servicios por un **único canal** y dicho canal será digital, por medio de la App móvil (disponible para IOS y Android) y/o por la página web.

La App móvil es la base para ofrecer el servicio, será una App fácil, cómoda e intuitiva buscando ser el canal más adecuado que le permita al cliente tener una buena experiencia a la hora de contratar cualquier servicio.

## 10.4 Relación con los clientes

La comunicación para el lanzamiento de este proyecto es fundamental, ya que nos permitirá dar a conocer el servicio/empresa, mostrando una identidad visual (logo), ofreciendo una sensación de confianza, en fin, nos permite “tangibilizar” el servicio lo máximo posible.

No contamos con la experiencia y recomendación del cliente, lo que nos lleva apelar a la comunicación para informar a los clientes sobre nuestras ofertas. Utilizaremos los siguientes medios de comunicación: La radio, Periódico digital, Buzoneo, Visitas presenciales y las Redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter y LinkedIn).

Para este nuevo proyecto tenemos bien plasmado los objetivos de comunicación que necesitamos, entre ellos:

- Dar a conocer la marca entre nuestro público objetivo.
- Inversión en marketing y publicidad online.
- Incrementar cuota de mercado.
- Conseguir aceptación con esta nueva modalidad de servicio.



Este es el logo que hemos diseñado para la App Móvil, diferente al logo empresarial, ya que buscamos que sea sencillo pero que refleje la esencia de JADYR.

*Imagen: 2*

Para lograr esos objetivos vamos a plantear una serie de acciones, tomando en cuenta las siguientes informaciones:

1- El 91,4% de los hogares españoles disponen de internet, teniendo una subida considerable de usuarios cada año. El 78,2% de las mujeres y el 77,0% de los hombres utilizan internet diario y el 46,9% de las personas de 16 a 74 años han comprado por internet en los últimos tres meses. Otro dato importante es el alto porcentaje de equipamientos tecnológicos que disponen los hogares españoles.

**Uso de TIC por las personas de 16 a 74 años. Serie 2010-2019**  
Porcentajes de población de 16 a 74 años

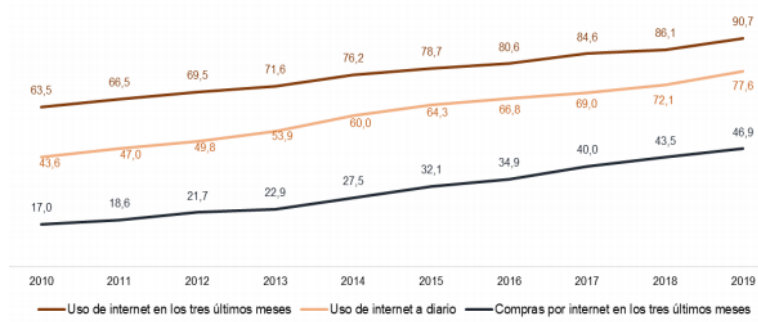
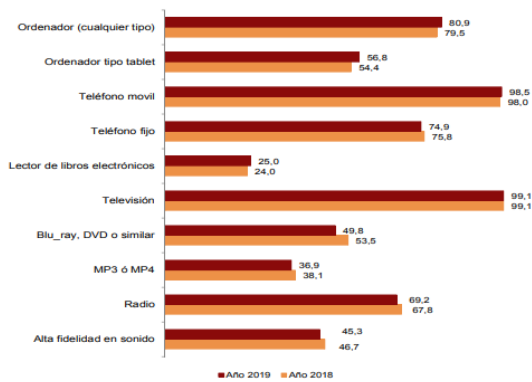


Gráfico: 5

**Equipamiento de los hogares en productos tecnológicos<sup>1</sup>. Años 2018 y 2019**  
Porcentaje de hogares con algún miembro de 16 a 74 años



<sup>1</sup> La categoría Ordenador tipo Tablet está incluida en la categoría anterior Ordenador (cualquier tipo).

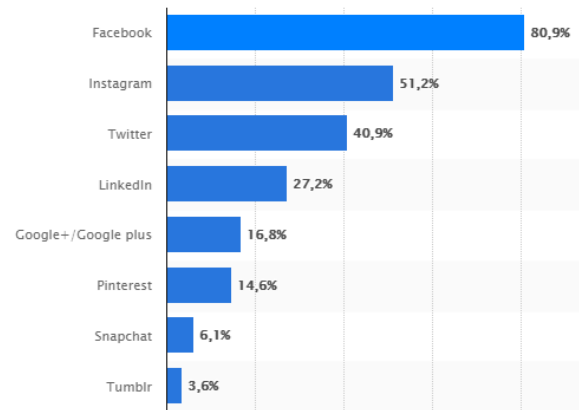


Gráfico: 6

Gráfico: 7

Fuente: Statista

**Nota:** Debido a estos datos que favorecen y avalan esta idea de negocio, es necesario resaltar que nuestra principal comunicación y publicidad se hará por medio de redes sociales. **Nos daremos a conocer por redes sociales, siendo Facebook la red social más utilizada por los españoles, centraremos gran parte de nuestra campaña en ella. La siguen Instagram, Twitter y LinkedIn.**

2- También utilizaremos los periódicos digitales para darnos a conocer. El soporte utilizado será El Diario Montañés. Cuenta con 142.000 lectores diario.

Podemos contratar en este formato.

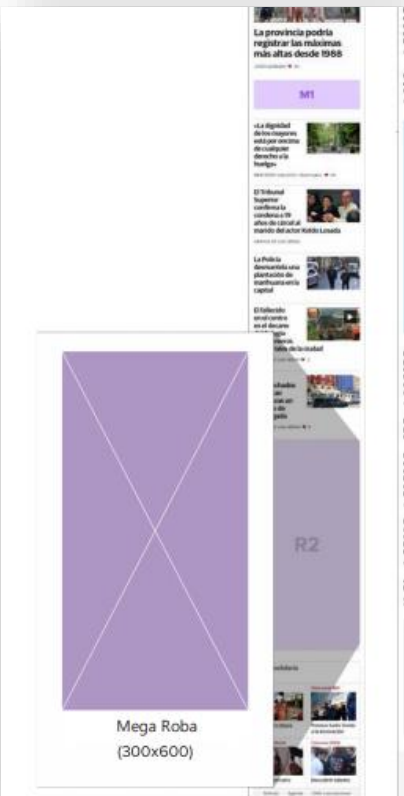
Mega Roba

(300x600)

Que sea la contratación de una semana.

Fuente: El Diario montañés

Gráfico: 8



Tarifa por día al 50%					Tarifa semanal al 50%				
HOME					HOME				
Cintillo	500€/día				Cintillo	2.500€			
Botón	350€/día				Botón	1.500€			
Mega Roba	1.650€/día	1.100€/día	900€/día		Mega Roba	4.000€	2.500€	2.000€	
	1.100€/día	600€/día				2.500€	1.500€		
Roba 1	750€/día	480€/día	480€/día		Roba 1	2.000€	1.200€	1.200€	
Megabaner	600€/día	480€/día	480€/día		Megabaner	1.800€	1.200€	1.200€	
Roba 2	450€/día				Roba 2	1.500€			
Roba especial	500€/día				Roba especial	1.800€			
SUBPORTADAS					SUBPORTADAS				
Cintillo		200€/día			Cintillo		900€		
Botón		150€/día			Botón		750€		
Mega Roba	300€/día	200€/día	150€/día		Mega Roba	1.200€	900€	750€	
	240€/día					900€			
Roba	500€/día				Roba		750€		

Gráfico: 9

Gráfico: 10

TOTAL POBLACIÓN		Cantabria	
POBLACIÓN (000)		39.851	507
EMISORAS DE CADENA CON PROGRAMACIÓN COMÚN			
TOTAL OYENTES		23.823	308
TOTAL GENERALISTA		11.576	133
Ser	4.089	31	
Cope	2.686	36	
Onda Cero	1.939	26	
RNE	1.391	48	
EsRadio	446	4	

3- Otro medio de comunicación que vamos a utilizar sería la radio de Cantabria. Puede ser la cadena SER o Los 40.

Según datos: El diario Cantabria y Oblicua.

Gráfico: 11

PUBLICIDAD EN RADIO EN SANTANDER		
PUBLICIDAD EN RADIO EN SANTANDER: CADENA SER		
	Horario	Cuña 20"
Cadena Ser Santander		51 ~ 122 €

4- Dispondremos de comerciales que asistan a los centros de belleza a dar a conocer el proyecto e invitarlos a unirse a él. Recurriremos al buzoneo para los clientes finales, llegando a las puertas de sus casas y motivarle a descargarse la App y utilizar el servicio.

5- Y, por último, pero no menos importante es la comunicación y publicidad que darán nuestros profesionales y que una vez obtenga el servicio con buena calidad, sean los mismos clientes los embajadores de nuestra marca.

## **Atraer a los Centros de belleza**

Atraer a los centros de belleza puede resultar una tarea difícil, ya que es un proyecto nuevo y puede generar desconfianza. Sin embargo, todo puede cambiar cuando les expliquemos los beneficios que pueden llegar a tener con nosotros y llevando a cabo algunas acciones que les permita conocernos y participar en el proyecto, como puede ser:

- Haremos publicidad a través de los medios y soportes ya mencionados, pero dirigiéndonos a una zona territorial determinadas (Santander) para que todos nuestros esfuerzos publicitarios puedan tener buenos resultados.
- A las primeras peluquerías (Aquellas que puedan generar un flujo en la App) les ofreceremos solo el cobro del 8% de comisión el primer año por cada servicio solicitado y gestionado por JADYR, para darle más confianza y que la App pueda tener un flujo de oferta disponible.

## **Programa de Fidelización para el Cliente Final**

Ya que hemos utilizados diferentes vías de publicidad para darnos a conocer y que el cliente nos dé un voto de confianza, vamos a desarrollar programas de fidelización para establecer relaciones a mediano y largo plazo con los mismos.

El programa de fidelización que vamos a llevar a cabo cuenta con:

- 20% de descuento en su primer pedido por medio de la App.
- Desde el 5% y el 10% de descuento en el próximo pedido o segundo servicio escogido.
- Regalos y descuento para la fecha del cumpleaños del cliente.
- Programa de puntos, al acumular una cantidad puede tener un servicio gratis en cualquier centro de belleza que escoja.
- Descuento según momento del día.

## 10.5 Vías de Ingresos

Los ingresos representan las ganancias de una empresa por llevar a cabo una actividad económica, por lo que es una transacción económica entre dos o más personas y/ entidades. Se produce unos ingresos cuando aumenta el patrimonio empresarial y ese aumento se deba a los beneficios obtenidos por la prestación del servicio. Este modelo de negocio tiene la peculiaridad de rebasar fronteras, ir a nuevos territorios y adquirir nuevos clientes, lo que proporciona significativamente un alza en los ingresos de la compañía.

La App móvil no tendrá ningún coste en descarga para el cliente final. También los centros de belleza dispondrán del acceso a nuestros sistemas para la creación y modificación de sus servicios y eso no causará un pago por su parte. Sin embargo, a los centros de bellezas le cobraremos una comisión por cada servicio contratado por medio de la App. **La App les cobrará a los centros de belleza el 12% de cada servicio solicitado y pagado.**

Cuando la App este bien posicionada en el mercado se pretende exponer por medio de ella un catálogo completo de productos de belleza, lo que constituirá otra fuente de ingreso para la compañía.

Otra vía de ingreso será la publicidad (limitada para no generar molestias).

Dispondremos de un sistema que por una comisión mayor (18%) los centros de belleza puedan posicionarse a la vista de su publico objetivo en un momento determinado.

Por último, pero no menos importante es la comercialización de datos a largo plazo.

Los costes que conllevan ofrecer el servicio por parte de JADYR estética y belleza son principalmente costes de mantenimiento de las vías digitales, como son:

- Crear y mantener la App Móvil: aquí entra el coste de alojamiento de estas plataformas digitales, así como el pago al por los servicios del programador. Crear y mantener la Página Web: estos costes se comportan como los de la App móvil. El pago del alojamiento en la nube y el pago por los servicios prestado del informático.
- Diseñador: este individuo tanto como el programador y el informático juega un papel importante. Es el encargado de diseñar todo el material para las diferentes publicidades a realizar. También trabaja mano a mano con el programador y el informático para el diseño de las plataformas digitales. Algunos de estos costes son mensuales y otros anuales.
- Así como, gastos administrativos: un personal en el futuro que se encargue de la gestión contable, preparación y difusión de campañas publicitarias, así como los costes que intervienen en el lugar donde se desarrollará todas estas actividades (alquiler de un local, luz, agua, internet, etc.).



## 10.6 Recursos Clave

Los recursos son todos aquellos elementos que intervienen en la ejecución de las actividades económicas de la compañía. Velar porque esos recursos sean bien administrados es una tarea de difícil e importante, ya que las operaciones diarias dependen por completo de estos elementos y es lo que determina un servicio final de calidad o No.

JADYR estética y belleza tiene claro cuales son sus recursos y como hacer el mejor uso de ellos, porque de esto dependerá en gran medida la salida al mercado de este proyecto y, sobre todo su permanencia a lo largo del tiempo.

### **Entre los recursos podemos destacar:**

Los recursos Tangibles. Son todos aquellos recursos que se pueden tocar, almacenar, como los materiales o la parte tecnológica y financiera que también entra en esta categoría.

Disponer de un lugar físico (oficina) para gestionar la parte administrativa, solicitaré una de las oficinas que distribuye el gobierno de Cantabria para proyectos de emprendimiento, y en un segundo plano será una oficina montada en casa para comenzar.

Dentro de estos recursos podemos mencionar la parte financiera, hace referencia a las fuentes de financiación con la que vamos a disponer, entre ellas será; el endeudamiento, socios inversionistas o subvenciones autonómicas y/o regionales.

Destacar los recursos tecnológicos que vamos a utilizar. La compañía basará todo su esquema de trabajo en una App Móvil y Página web que garantice el un buen servicio a nuestros potenciales clientes. Disponemos de las herramientas básicas para sacar a delante este recurso, sin embargo, nos ayudaremos de cualquier método de financiación seguido para disponer de las tecnologías necesarias que haga de este proyecto, una plataforma digital innovadora, creativa y competitiva para la satisfacción del cliente.

Los recursos intangibles. Aquí podemos mencionar los recursos humanos, como es el diseñador, programador, parte administrativa.

Por último, está la reputación que vayamos creando según vayamos dando el servicio, los clientes leales y embajadores de la marca.

Las capacidades con las que contamos es nuestro fuerte. Son capacidades valiosas, que nos permiten explotar al máximo el entorno, llegando a más segmento de mercado y aumentando el uso y consumo del servicio. Son capacidades escasas y por tanto difícilmente imitable, contamos con una modalidad tecnología que nos ayuda a reducir la competencia. Y por último es apropiable para la organización, cuando hablamos de tecnologías digitales (web, App) sabemos que hay que registrarse y se manejan datos personales del cliente, lo que claramente nos proporciona una ventaja para personalizar el servicio.

## 10.7 Asociados Clave

Cada negocio cuenta con determinados asociados que trabajan mano a mano para llevar el servicio en correcto estado al cliente final. Nuestros asociados más importantes serán nuestros proveedores, los cuales cada uno de ellos aportarán un valor diferente pero significativo para ofrecer al mercado nuestros servicios.

Como ha de esperar los proveedores son una parte esencial para llevar un servicio de calidad al cliente. Son personas o empresas que abastecen con servicios o productos a las empresas, negocios, pymes, entre otras. Los proveedores que encontramos en este negocio de servicios de peluquería online son los siguientes:

- Los Centros de Estética y Belleza

Las peluquerías, barberías, centros de estética/belleza aparte de ser nuestros clientes también juegan un papel de proveedores. Son de quienes nos apoyaremos para llevar un servicio de calidad al cliente final, será el personal directo que trabaje mano a mano apoyándose de la App para llegar todos los días a satisfacer al cliente final.

- Técnico informático

Se necesita un programador que cree y de soporte constante a la App, es uno de los proveedores más importante de este negocio. El programador puede tomar la modalidad de autónomo (Freelance) o puede ser empleado de la app y que trabaje bajo nómina.

- Diseñador gráfico

Este proveedor se comporta como el programador, puede ser freelance o puede trabajar por nómina. Si bien es cierto, que para ambos buscamos la excelencia en su trabajo, porque de ellos depende en gran medida crear buena imagen ante el cliente.

**Nota:** En el caso del programador y diseñador gráfico, JADYR lo contratará por trabajos realizados, por lo menos para comenzar. Esto se debe a reducir al máximo los gastos fijos (nómina) por si no tenemos el respaldo esperado del mercado.

## 10.8 Actividades Clave

Existen actividades fundamentales para poner en marcha cualquier proyecto, para llevar a cabo estas actividades influyen muchos factores, entre ellos la más importante es la financiación que podamos adquirir para emprender esta idea de negocio.

Estas actividades garantizan la calidad mínima del servicio, pero puede ser suficiente para sacar el proyecto al mercado. Los negocios comúnmente se van modificando y mejorando con el tiempo en base a los deseos y necesidades del consumidor, así que sacar al mercado un servicio mínimo viable si es necesario no es malo, al contrario, representa valentía para ir conociendo el mercado a la par con la mejora constante del servicio.

En este punto vamos a poner en contextos las actividades a desarrollar para el producto mínimo viable. En este caso, podemos comenzar:

- Desarrollando la App móvil y Página Web, es fundamental porque en ellas se basa toda la idea de negocio.
- Haciendo publicidad solo por internet, específicamente redes sociales como Instagram y Facebook. Esto puede ser de gran ayuda para la gestión de los recursos económicos.
- Los recursos humanos que sean solicitados por trabajos realizados, sin una contratación fija.
- Los recursos tangibles como la “Oficina” puede ser perfectamente desde casa, con herramientas tecnológicas ya disponibles.

## 10.9 Estructura de Costo

La estructura de coste es un proceso donde se definen y organizan de manera estratégica los costes de la compañía. La importancia de establecer una estructura de coste radica en poner en contexto la idea y visualizar como se materializa, con elementos sólidos, claros y prácticos.

En este proyecto, como cualquier otros se establecen dos tipos de costes, costes fijos y costes variables. Los costes fijos son aquellos que independientemente de la producción y evolución de JADYR seguirán estando ahí, y por tanto son costes fundamentales. En el caso de JADYR uno d estos costes pueden ser: pago del alojamiento de las plataformas digitales. Por otra parte, están los costes variables que son aquellos que aumentan o disminuyen según el volumen de actividades hecha por la compañía, un ejemplo puede ser: los costes de publicidad y de recursos humanos.

Atendiendo a los gastos fijos y variables que asumirá JADYR estética y belleza, vamos ha desarrollar una plantilla donde muestre las actividades y el coste de cada

una de ellas, llegando a conocer lo que nos supondrá cada actividad para llevar a cabo estrategias para la máxima gestión de los recursos y poder conocer el total de los gastos que influye en la implementación del proyecto.

### ➤ Costes fundamentales

Costos Informáticos	Costos Publicitarios
Alojamiento de la App	Internet (Redes Sociales)
Pago a programador	Radio (Cuña de 20 seg)
Pago a diseñador (logo, Flyer Publicitario)	Periódico (DM Mega Roba una semana)
Página web-alojamiento	
Pagar por la página web-trabajo	

Actividad	gastos	ingresos
Pagar por el alojamiento de la App	200 €	Inversión Propia 2,000€
Pagar al programador	3.000 €	
Pagar al diseñador (logo, Flyer Publicitario)	300 €	
Pagar por la página web-alojamiento	100 €	
Pagar por la página web-trabajo	500 €	
Pagar por un mes de publicidad en Facebook-Instagram	900€	
Cuña de radio 20 seg. x 7 días	100x7=700 €	
Periódico DM Mega Roba una semana	1.200 €	
Total	6.900 €	2,000€

Cubrir este coste el primer año supone dar el servicio a un mínimo de 17 centros de belleza, teniendo en cuenta que les proporcionaremos un promedio de 5 servicios semanales. Según cálculos el primer año es probable cerrarlo con pérdidas y comenzar a ver ganancias a partir del segundo año.

## 11. Conclusión

Desarrollar este plan de negocio basándonos en la estructura del Business Model Canvas nos ha permitido detallar la idea de una manera más productiva en cuanto a definir y estudiar los puntos más importantes de cualquier proyecto. Mas allá de ello, nos permite plasmar la idea con fácil comprensión para su posterior análisis.

El Business Model Canvas ha sido de gran ayuda a la hora de reconducir lo que hasta el momento solo fue una idea sin base ni sustento en cuanto a su estudio y viabilidad. Nos ha permitido ir un poco más allá buscando y analizando los elementos positivos y negativos de este futuro negocio.

Tras el análisis de la empresa y sus factores externos, nos damos cuenta que esta idea innovadora puede tener buena aceptación en el mercado. La reciente crisis sanitaria y el sector de las peluquerías resentido apunta por apostar por nuevas tecnologías que minimice los daños.

Este Plan de Empresa se ha llevado a cabo con el objetivo de entender el comportamiento del mercado para darle vida y poner en funcionamiento esta idea de negocio. El objetivo se ha cumplido, en este documento hemos establecido estrategias, planes de acción a seguir y estamos listos para ponerlo en marcha.

Hemos desarrollado la idea desde, la presentación del servicio, la distribución, la forma de trabajar con los recursos humanos, la publicidad a utilizar, a quienes nos vamos a dirigir y en donde vamos a desarrollar el proyecto. Todo esto lo hemos llevado a cabo para poner en orden el proyecto, tenerlo en un documento que avale todo el proceso y para la presentación de futuros inversionistas.

Finalmente deseamos que este proyecto tenga una buena acogida por nuestros clientes potenciales, que sea una nueva modalidad de satisfacer sus necesidades y que puedan ser embajadores de nuestra marca.

## 12. Bibliografía

- *Abell, D. F (1980). Defining the business: The starting point of strategic planning Cliffs, N.J: Prentice-Hall.*
- *Booksy. Competencia directa. (online). Disponible en: <https://booksy.com/biz/es-es/features.html>*
- *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers. 2010 print.*
- *El Diario montañés 2019. Tarifas publicitarias. (online). Disponible en: [https://cmvocento.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/03/Tarifas\\_DM\\_2019.pdf](https://cmvocento.com/wp-content/uploads/sites/3/2019/03/Tarifas_DM_2019.pdf)*
- *El Diario Cantabria 2018. Las emisoras más escuchadas. (online). Disponible en: <https://www.eldiariocantabria.es/articulo/sociedad/emisora-es-cucha-mas-cantabria/20180628180153046831.html>*
- *Instituto Nacional de Estadísticas. Datos poblacionales. (online). Disponible en: [https://www.ine.es/prensa/tich\\_2019.pdf](https://www.ine.es/prensa/tich_2019.pdf)*
- *Oblicua. Datos de medios y soportes publicitario. (online). Disponible en: <https://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-radio.htm>*
- *Merca. Datos del sector peluquero. (online). Disponible en: <https://www.merca2.es/las-peluqueras-abriran-este-lunes-con-avalancha-de-citas-uso-obligatorio-de-mascarillas-y-sin-revistas/>*
- *Statista. Datos de redes sociales. (online). Disponible en: <https://es.statista.com/estadisticas/489153/porcentaje-de-internautas-en-las-redes-sociales-en-espana/>*
- *Treatwell. Competencia Directa. (online). Disponible en: <https://www.treatwell.es/>*